

# 글로벌 시대의 교육 및 진로지도



2012 한국 의류 학회

# Globalization

- ❖ Global learning community
- ❖ Local branch
- ❖ International study tour
- ❖ international internship program
- ❖ International exchange program
  - 정재희 교수 (Univ. of Delaware)

# Technology

## ❖ Online learning

➤ MITx

➤ MERLOT (Multimedia Educational Resource for Learning and Online Teaching)

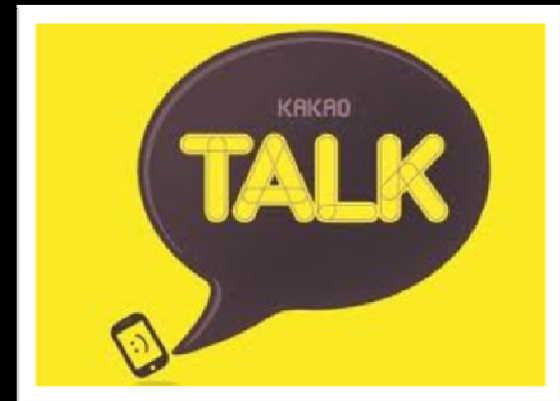
## ❖ Hybrid course



# Technology

## ❖ Social Media

➤ facebook, twitter, 카카오톡

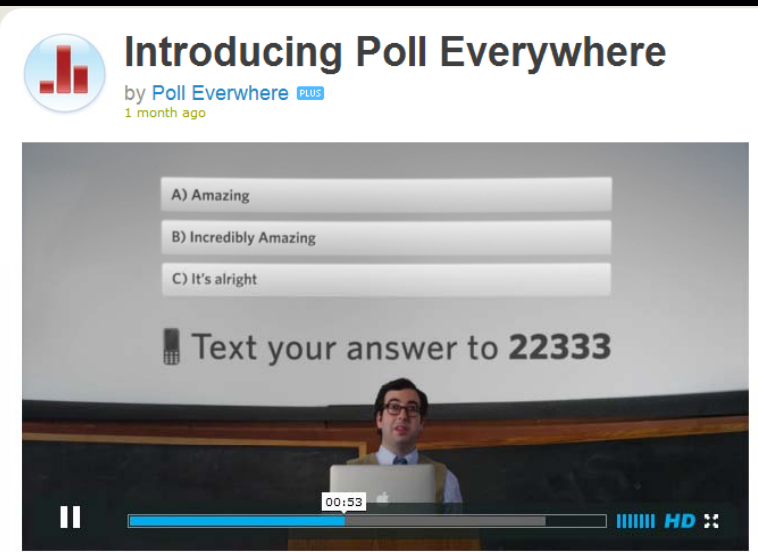
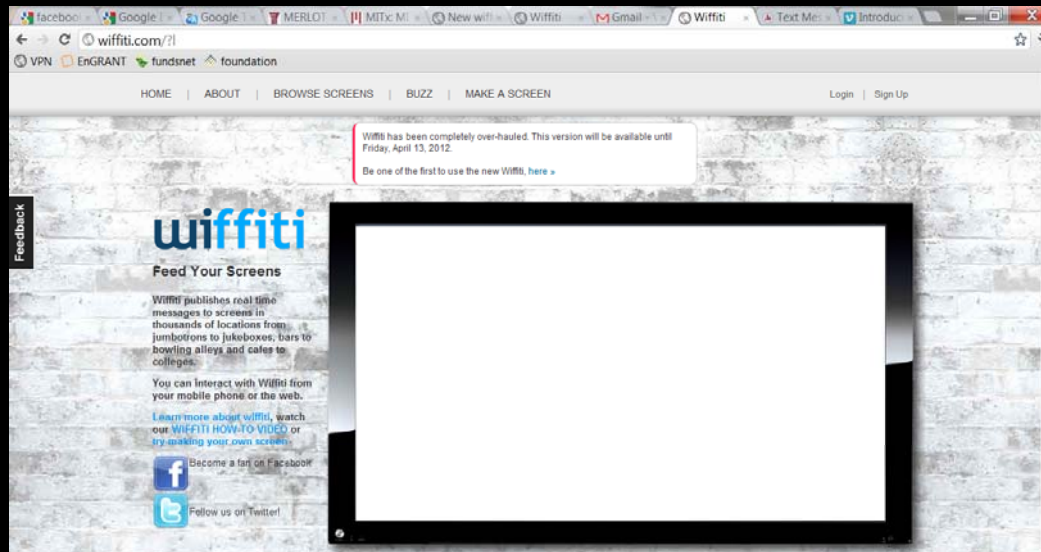


# Technology

## ❖ Classroom collaborations using text messaging

➤ wiffiti

➤ poll everywhere



# Experiential Learning

- ❖ Project-based learning
- ❖ Hands-on experience
  - 김지영 교수 (Univ. of North Texas)



# Industry Collaboration

- ❖ Industry collaborated curriculum
- ❖ Internship
- ❖ Field trip
- ❖ Job shadow



- 이재일 교수 (Seattle Pacific Univ.)
- 손주희 교수 (토야마 대학)

# Product Development

- ❖ **Design → Product Development**
  - **Manufacturing**
  - **Marketing**
- ❖ **Technical design**
  - **Spec, fit, grading**



# Design Thinking

- ❖ **Design foundation curriculum**
  - **Creativity**
  - **Innovation**
  - **Independent thinking**
  - **Interdisciplinary**

# Soft Skills

- ❖ **Collaboration**
- ❖ **Communication**
- ❖ **Critical thinking**
- ❖ **Creativity**



**STUDENT EXCHANGE  
PROGRAM**

# Student Exchange at Hong Kong Polytechnic University

- ❖ **The Department of Fashion & Apparel Studies offers an opportunity for students to study in Hong Kong during spring semester.**
- ❖ **This student exchange agreement is a cooperative agreement between Hong Kong Polytechnic University's Institute of Textiles and Clothing and the University of Delaware's Department of Fashion and Apparel Studies.**



# Student Exchange at Glasgow Caledonian University

- ❖ This student exchange agreement is a cooperative agreement between Glasgow Caledonian University's Caledonian Business School and the University of Delaware's Department of Fashion and Apparel Studies.
- ❖ GCU has a well-established reputation for providing high quality teaching, learning and research, which dates back through its founding in 1875.
- ❖ The Caledonian Business School is a center of excellence helping students develop a broad appreciation of subjects that are core to the modern business industry. The University campus is situated in the heart of the vibrant city of Glasgow.



# **FIT Visiting Student Program**

- ❖ **The visiting student program is a cooperative arrangement between the University of Delaware (UD) and the Fashion Institute of Technology (FIT) that permits students to attend FIT for one year without the necessity to transfer.**
- ❖ **Courses taken at FIT are applied towards the Bachelors of Science degree in Fashion Merchandising or Apparel Design at the University of Delaware.**
- ❖ **Students who successfully complete the prescribed courses at both institutions qualify for an Associate's degree from FIT and a Bachelor's degree from UD.**
- ❖ **The fashion programs at the University of Delaware and the FIT visiting student program complement each other. They are not designed to compete.**

- ❖ **Three FIT associate degree programs are offered to students majoring in fashion merchandising and apparel design. They are:**

**Fashion Design (FD) Curriculum**

**Fashion Merchandise Management (FMM) Curriculum**

**Textile Development and Marketing (TDM) Curriculum**

- ❖ **These FIT options give students an opportunity to broaden their educational backgrounds and to gain additional knowledge about the fashion industry in the largest fashion center in the USA.**

A decorative header with a dark grey background and a repeating floral pattern in a slightly lighter shade of grey.

# **EXPERIENTIAL LEARNING**



# Stages of Development of Experiential Learning

- 1. Student Learning Outcome**
- 2. Foundational Knowledge**
- 3. Learning Spaces**
- 4. Concrete Experiences**
- 5. Guided Reflection**
- 6. Application to New Situations**
- 7. Learning assessment**
- 8. Evaluation of experience**



#### Reebok

Reebok received its start in the late 1890's in United Kingdom. Reebok, created by Joseph William Foster, was originated in order to enhance the performance of athletes ultimately becoming the first company to create shoes with spikes on the bottom of them. In 1958, selling shoes at a rate of \$60 per pair eventually, making them the most expensive running shoes on the market at that time.

Over the years, Reebok continued to reposition their selves to attract different target markets. They signed agreements with huge rap stars in the music industry and various sports associations attempting to hit another peak within their corporation. Those attempts consist of different marketing approaches, marketing campaigns, and strategies in order to reach a new audience. Today, Reebok continues to try to knock out the competition with their innovative ideas mixing casual running to fashionable running shoes.

#### Why

Promotions Illustrated choose to work with Reebok in this promotional campaign to revamp their style and put them back on the map. Reebok hasn't been as successful lately and it hasn't reached its full capacity. With this new campaign Reebok will create more brand awareness and specifically target a new consumer.

#### Objectives

The objective of this promotion campaign is to increase brand awareness within our target market community of college students. Reebok has fallen of the map and is no longer in the top 2 retailers of fitness and this campaign will change that through sponsorships and ads. This promotional campaign will increase Reebok's quarterly sales from currently at 15% to 25% within the next year.

#### Strategies

This promotional campaign will target middle class college students, male and female, ranging from ages 18-26 who like to stay students also want to live a healthier lifestyle in which 61% consume fresh fruit (Martindale, 2012). "75% of students maintain jobs while attending school, earning \$645 per month on average, 20% have secured an on-campus job and 42% are spending school breaks working (Newswire, 2011)." Nationally, students spend more than \$5 billion a year on clothes and shoes, full-time students represent over sixty billion dollars in buying power (Newswire, 2011). Marketers, who can successfully reach these young adults with a quality product, positive message, and clear value, may enjoy decades of loyal purchasing and millions of dollars' worth of free, word-of-mouth marketing, and the key to this is to market them while in college (Newswire, 2011).

This promotional campaign will reposition Reebok to revive the brand into its competitors market. It will do this by changing the perception that Reebok is only for the older generations and no longer young and fun. By teaming up with young sponsors and the 2012 Olympics, Reebok will engage a new consumer market into its brand. Through the use of bright colors, magazine, billboard, and special events consumers will forget about the old Reebok and save the brand that is becoming passé.

The brand communication of this promotional campaign will be to promote Reebok as a fun and young fitness shoe for generation y. The brand image will be colorful and fun, yet still exceeds customer expectations in performance at the same time. Brand personality will be bright, cheerful, wild, and cool. The main message that is to be communicated to the target consumer is to be able to have a shoe that is still them, that can relate to them aesthetically and functionally, without giving up the brand name recognition.



Transportation Advertisement

[Store](#)[Mac](#)[iPod](#)[iPhone](#)[iPad](#)[iTunes](#)[Support](#)

## Apple in Education

[iPad](#)[Mac](#)[iPod touch and iPhone](#)[iTunes U](#)[Profiles](#)[Resources](#)[How to Buy](#)

Engaging students.  
One challenge at a time.

See how students are using Apple products  
in a Challenge Based Learning environment.





写真提供：神戸コレクション制作委員会

FB Fashion Business 2013 就職セミナー

入退場自由 予約不要 服装自由 入場無料

2013年3月卒業の四大・短大・専門学校生対象

対象業界：服飾メーカー、繊維メーカー、商社(繊維・アパレル)、専門店(ファッション・服飾関連)、量販店、百貨店、その他小売店など

# ファッション業界志望宣言!

昨年東京・大阪・名古屋で開催されました「ファッションビジネス就職セミナー」が今年も3会場で開催されます。

突然ですが、あなたが好きなブランドは何ですか？

そのブランドを扱っている会社を知っていますか？

そう、まだまだ知らないファッションの世界があるはず。流行はどのように創られるのか、着ている洋服はどんなコンセプトから生まれ、どのように店頭で並ぶのか…。

ファッション業界は職種も仕事内容もさまざま。あなたの「？」を「！」に変えるためファッションビジネス就職セミナーでぜひ現場の『生の声』を聞き、限りなく広がる可能性を探しに来て下さい。マイナビがみなさんに最新情報を公開していきます！

【昨年の出展企業】

アイア/アクセ(PARIGOT)/アングロバル/イッセイミヤケ/ヴァンドームヤマダ/エイネット/NDG JAPAN/[4°C]エフ・ディ・シー・フレンチ

# TOKYO

東京会場

Date  
2012年2月1日 水  
11:00~18:00

Place  
東京ビッグサイト(西3ホール)  
(東京都江東区有明3-11-1)

▶ 出展企業一覧

▶ 会場内マップを見る

▶ 講演予約

▶ 受付票



# OSAKA

大阪会場

Date  
2012年2月4日 土  
11:00~18:00

Place  
マイドームおおさか  
(大阪市中央区本町橋2-5)

▶ 出展企業一覧

▶ 会場内マップを見る

▶ 講演予約

▶ 受付票



# NAGOYA

名古屋会場

Date  
2012年2月3日 金  
11:00~18:00

Place  
吹上ホール 第1ファッション展示場  
(名古屋市千種区吹上2-6-3)

▶ 出展企業一覧

▶ 会場内マップを見る

▶ 講演予約

▶ 受付票



\*\*\*\*\*

## 昨年のセミナー会場の様子



\*\*\*\*\*

## 昨年イベントに参加した学生の声

●視野に入っていなかった企業もみることができ、就活の範囲が広がりました ●就職活動をする上で刺激になりました。 ●質問したいことをあらかじめまとめておいて、企業の方に聞いたことが1番の収穫だと思います ●直接社員の方とお話できたので、不安が軽減した ●ファッションをビジネスと捉えられるようになった など大変ご好評いただきました！

企業INDEX

企業アピールポイント

勤務地・募集職種

(株)イッセイミヤケ	(株)イング	オールスタイル(株)	(株)オンワード樺山
(株)キャン	(株)サンエー・インターナショナル	(株)ジャパンイマジネーション	(株)シュガー・マトリックス
(株)バル	ビギグループ	(株)ファイブフォックス	(株)ファッション須賀
(株)ヤマダヤ	(株)レナウン	(株)ワールド	
			IFIビジネススクール

※背景が濃いピンクの企業はアパレルナビからエントリーできます。  
※背景がオレンジ色の企業は企業採用ページにリンクしています。

アパレルナビ登録情報確認

[ID、パスワードを忘れた方は](#)

[修正](#)

[登録](#)

[登録に関するお問い合わせは](#)



この条件を **名前を付けて保存**

現在募集中の求人 (総件数 2286 件)

[掲載再開時にメールがもらえる求人](#) (総件数 11664 件)

50 件中 1~50 件を表示

◀ 前のページ 1 次のページ ▶

選択した求人をまとめて

検討中リストに追加

全て選択  ↓

1. [LVJグループ株式会社 ルイ・ヴィトン ジャパン カンパニー](#)  
[ルイ・ヴィトンの新たな魅力を伝えるセールスアシエイト](#) 正社員

選択



**ルイ・ヴィトンでのキャリアは、  
夢と冒険にあふれる素敵な旅です。**



1854年の創業以来、一貫して「旅」をテーマにブランドを展開するルイ・ヴィトン。旅行鞆をはじめ、プレタポルテ、シューズ、ウォッチ&ファインジュエリー等、トータルラグジュアリーブランドとして進化を続けています。ルイ・ヴィトンで働くスタッフもまた、キャリアを通じてルイ・ヴィトンの世界を旅します。ルイ・ヴ…



入社1年目のスタッフ。“最初は緊張の連続で…”



お客様のライフスタイルに合わせたコーディネート…



サービスのスペシャリストとして活躍するセ…

仕事の概要

ルイ・ヴィトン製品の販売および付帯業務

対象となる方

レザーグッズ、プレタポルテ、シューズ、ウォッチ&ファインジュエリー販売経験者

勤務地

関東・関西・札幌・新潟・仙台・郡山・静岡・広島・高松・小倉…

[企業情報](#)

[詳しく見る](#)

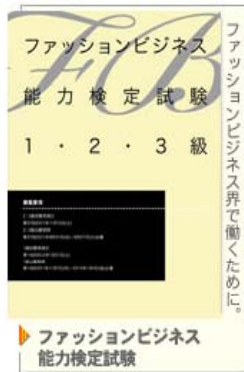
検討中リストに追加

# (사)일본패션교육진흥협회

一般財団法人 日本ファッション教育振興協会

ファッション界のスペシャリストになるために—各種資格

—一般財団法人日本ファッション教育振興協会について— 繊維ファッション産学協議会 FASHION BIZ NAVI



ファッションビジネス  
能力検定試験  
1・2・3級

ファッションビジネス界で働くために。

▶ファッションビジネス  
能力検定試験



2011  
パターンメイキング  
技術検定試験

アパレル業界のパタンナーになるために。

▶パターンメイキング  
技術検定試験



ファッション販売  
能力検定試験  
1・2・3級

販売のスペシャリストになるために。

▶ファッション販売  
能力検定試験



ファッション  
色彩能力  
検定試験

ファッション業界ですぐに使える色の知識。

▶ファッション色彩  
能力検定試験



2011 Tokyo  
新人デザイナーファッション大賞  
[マチュア部門]

あなたの感覚を世界の舞台へ。

▶Tokyo 0新人デザイナーファッション大賞  
[マチュア部門]

- ▶その他検定試験など
- ▶日本ファッション教育振興協会発行書籍案内
- ▶新刊のご案内

FASHION BIZ NAVI  
ファッション業界 即解ナビ

- ❖ 패션비즈니스능력검  
증시험
- ❖ 패션판매능력검증시  
험
- ❖ 패션색채능력검증시  
험
- ❖ 20명이상이면시험장  
소가능 (대학)

## ファッションビジネス能力検定試験

### ● 関連書籍 ●

- ・ファッションビジネス(D)改訂版
- ・ファッションビジネス(II)
- ・ファッションビジネス用語辞典(改訂版)
- ・3級項目別・試験問題・解答集
- ・2級項目別・試験問題・解答集
- ・1級過去問題・標準解答集

### ● 2010年度の出題例 ●

- 3級:ファッションビジネス知識 / ファッション造形知識
- 2級:ファッションビジネス知識 / ファッション造形知識
- 1級:マーケティング戦略 / マーチャンダイジング戦略 / 流通戦略 / マネジメント知識 / ファッションビジネス知識

### 【2級/3級】

 願書付き募集要項はこちらから

2・3級の募集要項のPDFをダウンロードできます。  
(A4の用紙に1頁ずつ印刷できます)

- ※印刷時に、原寸で印刷されるようにプリンタを設定してください。
- ※うまく印刷が出来ない場合は、協会本部(03-6300-0263)までご連絡ください。

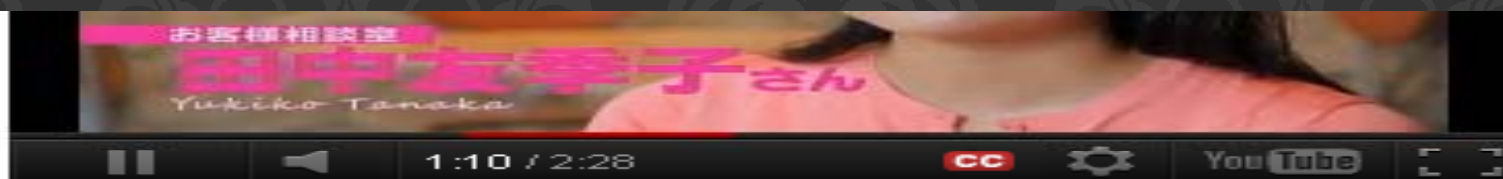
出題期間	第38回 2012年 4月 9日(月)～5月 8日(火) 第39回 2012年 9月 3日(月)～10月 2日(火) ※期間内に、協会本部または都道府県支部に必着のこと。
試験日	全国一斉実施 第38回 2012年 6月 23日(土) 第39回 2012年 11月 17日(土)
試験方法	マークシート方式
集合	9:20集合
試験時間	2級/3級とも 9:40～12:30 ※試験時間が同一のため、2級/3級の併願はできません。
受験料	2級/3級ともに5,000円 科目免除受験は、2級/3級ともに3,000円
受験対象	年齢、職業、学歴、性別、国籍を問いません。希望する級を受験できます。
試験会場	都道府県支部の設定する試験会場、または教育機関(専門学校・大学等)で受験できます。 受験を希望する都市に、その実施回に試験会場が設定されない場合は、他の会場で受験いただくことになります。
申し込み方法	* 団体申し込み 学校・企業など団体一括申し込みを希望する場合は、受験願書を協会本部・支部へご請求の上、必要事項を記入し、各学校・団体事務局で取りまとめてから、協会本部または都道府県支部に受験料を添えてお申し込みください。

# (시험과목)마케팅전략,머천다이징전략,유통전략, 매니지먼트지식,패션비즈니스지식

す。

## 出題範囲

1. マーケティング戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>● マーケティング理論、マーケティングリサーチなど</li> <li>● ファッションメーカーのマーケティング戦略、インポーターのマーケティングなど</li> <li>● ファッション専門店のマーケティング戦略など</li> <li>● 大型店のマーケティング戦略、SCのマーケティング戦略、無店舗販売企業のマーケティング戦略など</li> <li>● 新業態開発、業態革新、全社的マーケティング、グローバルマーケティングなど</li> </ul>
2. マーチャンダイジング戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ファッションマーチャンダイジング理論、ファッション情報の収集・分析、新ブランドのマーチャンダイジング、既存ブランドのMD再構築など</li> <li>● ファッションメーカーブランドのマーチャンダイジング、デザイン戦略、インポーターのマーチャンダイジング戦略など</li> <li>● アパレルメーカーの素材調達・生産管理、テキスタイル企業のマーチャンダイジングなど</li> <li>● 小売店舗のマーチャンダイジング、バイイング、無店舗販売企業のマーチャンダイジングなど</li> <li>● VMD、ファッション店舗知識、商空間開発、ゾーニング、ディスプレイ知識など</li> </ul>
3. 流通戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アパレル企業の流通戦略、アパレル営業活動など</li> <li>● 出店戦略、多店舗化戦略など</li> <li>● アパレル企業、ファッションリテーラーのプロモーション戦略など</li> <li>● 製造業、アパレル企業、小売業のロジスティクス戦略、SCMなど</li> <li>● テキスタイル企業の流通戦略、ネット販売企業の流通戦略、異業種ミックスの流通など</li> </ul>
4. マネジメント知識	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 会計、財務など</li> <li>● 企業経営の基礎知識、オペレーション戦略、予算、知的財産権など</li> <li>● 人事管理、労務管理など</li> <li>● 情報管理、IT活用、発想法など</li> <li>● 事業計画(ショップ事業計画、ブランド事業計画)など</li> </ul>
5. ファッションビジネス知識	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 日本経済とファッション産業、ファッション消費など</li> <li>● ファッション産業構造、ファッションビジネスの変遷など</li> <li>● ファッション商品知識、ファッションスタイリング知識など</li> <li>● 素材知識、色彩知識、柄の知識、生産技術知識、サイズ知識など</li> <li>● ファッション史(レディース、メンズ)、ファッションとデザインの文化など</li> </ul>



DVDを希望する高校生などへは無料で差し上げます。

一般社団法人 日本衣料管理協会

- ・ 〒105-0011東京都港区芝公園2-11-13-205
- ・ 電話 03-3437-6416 / F A X 03-3437-3194
- ・ E-mail [jasta@mtb.biglobe.ne.jp](mailto:jasta@mtb.biglobe.ne.jp)
- ・ お問い合わせページからもご希望のむねご連絡ください

## 協会創立40周年記念事業

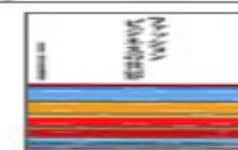
### 懸賞論文選考結果発表

応募者67名より優秀作1名、佳作3名決定

[入賞者および入賞論文発表](#) ▶ [受賞コメント](#) ▶

### 新刊

- 「高校生向けキャリア教育テキスト  
ファッションビジネスと衣料管理士」  
A4版 115ページ 発行：2011.12.6
- 「ファッションビジネスの世界」  
B5版 146ページ 税込1,000円 発行：  
2011.12.6



[TES認定について](#) ▶

[TES会について](#) ▶

[TES:繊維製品品質管理士](http://www.tes-shikaku.jp) ▶  
<http://www.tes-shikaku.jp>

[TES会事務局](#) ▶

TA 衣料管理士  
Textiles Advisor

<http://www.ta-shikaku.jp> ▶

TES 繊維製品品質管理士  
Textiles Evaluation Specialist

<http://www.tes-shikaku.jp> ▶

# 섬유제품품질관리사 (TES)

# TES

ファッションビジネス必携資格

Textiles Evaluation Specialist

繊維製品品質管理士

平成23年度(第30回)TES合格者の企業別人数  
一覧 [企業別人数一覧](#)

平成23年度(第30回)繊維製品品質管理士(TES)  
S)資格試験の結果がまとまりました。

[詳細](#)

協会創立40周年記念事業  
懸賞論文募集 [選考結果および  
論文発表](#)

一般社団法人 日本衣料管理協会

TES:  
繊維製品品質管理士  
とは [>>](#)

TESの業種・職種の  
分類 [>>](#)

TESになるためには  
試験科目、受験テキスト等について [>>](#)

## トピックス

2012年4月13日 [TES試験願書の配布を開始しました。お申込はこちらから。](#)

2012年2月1日 [TES試験日程発表および願書配布の予約受付を開始しました](#)

[TES試験の実施要項](#)

[TES会の組織と活動](#)

# 繊維製品品質管理士

TES:  
繊維製品品質管理士とは

TESの業種・職種分類

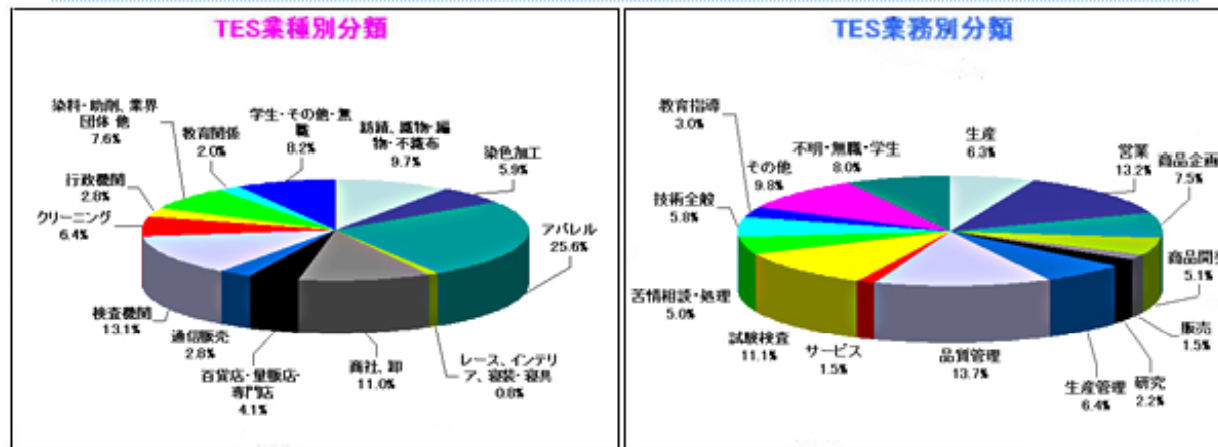
TESになるためには

## TESの 業種・職種分類

### 有資格者の分類

TES制度が発足して30年が経過し、平成23年11月現在、TES有資格者は5,846名となりました。TES有資格者の業種・職種の分類は次のとおりです。

”業界に浸透するTES”  
企業別のTES有資格者の人数



TES有資格者は、上記のようにファッション業界の主要企業、繊維検査団体、経済産業省の関係機関・国民生活センター・消費者センター・都府県の工業技術センターなど行政機関、洗剤・電気メーカー（洗濯機部門）などの周辺産業、大学など教育機関にも普及しています。

また、ISOの品質マネジメントシステム審査員補の登録基準として求められる「品質管理に関する知識の証明」に繊維製品品質管理士（TES）の登録証明を掲げる審査登録機関もでてまいりました。

# Contact Info

**김민정 (Oregon State Univ.):**  
**minjeong.kim@oregonstate.edu**

**김지영 (Univ. of North Texas):** **jiyoung.kim@unt.edu**

**김혜정 (Univ. of North Texas):** **hjkim@unt.edu**

**손주희 (토야마 대학):** **sohnjuhee@hanmail.net**

**이재일 (Seattle Pacific Univ.):** **leej@spu.edu**

**양기설 (Univ. of North Texas):** **kyang@unt.edu**

**정재희 (Univ. of Delaware):** **jajung@udel.edu**